

# 文化纪录片如何走近大众

江山红

**摘要：**本文结合当下媒体融合传播特色与发展，从拓展纪录片创作理念角度出发，分析文化纪录片叙事样态多维勾勒，提出如何以大众喜闻乐见的叙事方式，创新创作“接地气”的纪录片，让历史、文化飞入更多寻常百姓家。

**关键词：**文化纪录片 大众 叙事方式 融合传播

近年来，随着众多历史文化纪录片的上映，中华民族悠久的历史 and 灿烂的文化有了更多的呈现方式。这些纪录片在创作上寻求从形式到内容的创新，通过别具匠心的叙事方式，用更为平和的表达，带领观众走近文字、诗歌、书画、音乐和器物，在触摸文化脉搏的同时，让优秀传统文化焕发出新的生机。尤其是随着传统媒体与新媒体边界的日渐模糊、多样态的媒体彼此交融，更是满足了新媒体时代大众的新需求，让看似高冷的文化纪录片成为了“网红”和“爆款”。

## 一、选题视角构建文化记忆

当今社会，网络电视节目，真人秀、娱乐节目铺天盖地，让人眼花缭乱，总体来说这些节目缺少一定的内涵；特别是传统文化也在外来文化、网络文化的冲击下处于弱势地位。文化类纪录片的应运而生，使这种情况发生了改变。

历史学家海登·怀特说，“历史有两张面孔：一张是科学的，一张是艺术的。”<sup>①</sup>中华民族悠久灿烂的历史文化，为历史文化纪录片提供了取之不尽、用之不竭的创作灵感。传统文化如何走近现代生活、触动年轻人？从近年来涌现的《我在故宫修文物》《本草中国》《穿越时空的古籍》《“字”从遇见你》《鲜生史》等优秀作品看，文化题材纪录片是一个绝佳的载体。

系列纪录片《如果国宝会说话》采取了全新视角，从文物中发掘历史文化内涵，并且营造出

“纪录片创作—博物馆推广—观众游客参与”的文化领域深入融合互动的态势。关注传承传统技艺，讲述故宫文物修复工匠故事的纪录片《我在故宫修文物》，通过小人物的工作日常，透过文物折射出历史文化、传统文化，而贴近生活式的纪实拍摄手法，成功地呈现出他们身上蕴含的工匠精神和生活态度。这两部纪录片让冰冷的文物富有了现代的温度，获得了新的生机。《本草中国》《茶，一片树叶的故事》等纪录片则借助中医药文化、茶文化等广受世界瞩目的内容，成功地将蕴藏其中的生活智慧、思想观念和人文精神传播到海外。人文纪录片《钱江潮》通过《听潮》《看潮》《弄潮》3个篇章，以时间为经，人物为纬，从历史、地理、文化、经贸等角度，勾连了多个时空的交汇，开启了一场人与潮延续千年的心灵对话。观众在节目视频下方留言，“怀念在杭州看潮的日子”“感受到了猛进如潮的精神”“看到了浙江人的精神气质”。纪录片《但是，还有书籍》采用“读书+纪录片”的方式，视角放在二手书店店主、设计师、藏书人、图书编辑这些与书籍相关的普通人物故事身上，观众在书籍墨香中品读他们对文字知识的守望。纪录片《鲜生史》讲述鲁迅、苏轼、曹雪芹、白居易笔下的“探店”“干饭”经历，再现先生笔下的美食，重识美食中的先生，弹幕中称苏东坡为北宋一路被贬一路吃的“美食博主”。通过美食文化这个载体，将先后生活在同一地域的大文豪和今人联系起来，增强趣味性的同时，也让人们看到这位宋代大文豪随遇而安、乐观积极的人生态度。

众多制作精良、内容丰富的文化纪录片播出引发热议。《我在故宫修文物》《如果国宝会说话》《但是，还有书籍》《惟有香如故》等优质文化纪录片除了在电视上热播外，纪录片还在B

站、抖音持续走红，弹幕评论不断，点击量超过数百万次。在弹幕时代与指尖观看的视听新环境中得到了受众的认同和喜爱，甚至形成了“追剧”式的观看热潮。

时空是每种文化的底层密码，四季轮回构成了人类生存的基础。从题材上来看，拍摄一部文化纪录片是一件冒险的事，因为大部分文化纪录片曲高和寡，文化纪录片在以往可以说是收视率的黑洞。但是纪录片与传统文化的有机结合，无论是对于传统文化，还是纪录片，都是一次创新，这样的纪录片让传统文化焕发了新的活力，也让文化纪录片在众多综艺娱乐节目中脱颖而出。平实、“接地气”的叙事，贴近生活的视角，让文化纪录片的表达更为真实、生动、活泼。生活与时空上的延续，让人们与历史、文化“相遇相知”，在解锁纪录片背后中国历史和文化密码的同时，构成了文化纪录片内蕴可触碰的真实和持久的美感。

## 二、叙事语态达成共情需求

### （一）口语化的旁白

纪录片主要以画面语言为主，片中的解说词能够起到完善叙事、建构逻辑、解释说明、塑造人物、渲染情绪、传递思考，以及画面起承转合过度等作用。<sup>②</sup>个性化、有特色的内容能迅速吸引受众的注意力，而具有明显特色的解说词往往能达到出其不意的传播效果，使片子脱颖而出。解说词旁白成为纪录片打造“网感的”一个关键要素。纪录片《但是，还有书籍》针对B站这样一个以年轻人为聚集的平台制作播出，创作团队打破原来读书类纪录片“掉书袋”的话语风格，无论是解说词，还是画面呈现，都力求年轻化。在讲述每一个人物故事时，尽可能不出现学术性专有名词，即便不得不出现，也要在第一时间加以解释。演员胡歌娓娓道来的旁白营造了更为放松、融洽的语言情境，拉近了与观众的距离，增强了观赏的黏合度。

### （二）故事化的表达

约翰·格里尔逊说，“纪录片就是从日常生活中拍戏剧，从一个问题中写出一首诗来”。<sup>③</sup>剧情再现的视角成为文化纪录片的一大叙事策略。在确保真实的基础上，通过再现方

式，全景式地呈现人物、事件、行为。大众化的视角带领着观众深度感知一枝一叶、一屋一舍、一饮一啄中的现实生活。具象化的呈现，鲜活的人物命运体验，在推动了叙事的同时，达成了共情的需求。

2023年1月12日由B站与小虫影视联合出品、《老沈一说》主讲人沈永鹏执导的国内首部讲述中华香道精神的历史剧情纪录片《惟有香如故》播出，收获B站评分9.8分、豆瓣评分9.2分的高口碑，堪称2023开年纪录片的一匹黑马。纪录片《惟有香如故》选取与5位古人命运相连的香料，串起他们曾经在那些重要节点上的冲突和选择。精致的服化道、富哲理的台词、传统美学的画面构图等让《惟有香如故》的雕琢程度让人倍感惊艳。为了能让观众更有带入感，导演沈永鹏以旁观者身份讲解，更是创新性地将现代实验室“搬进”历史时空，打造一种全新的进阶纪录片观看体验，兼具历史文化科普属性和影视鉴赏属性。这样既丰富了艺术表现形式，又补充了现代科学知识，被观众誉为“力够撑起一部院线电影”的质量、“近三年看过最好的历史题材影片”。

### （三）创意化的视听

文化纪录片创作过程中经常会面临如何展示文献、数字、技术解释，以及历史画面如何还原等内容，大量的三维动画技术、定格动画、实景结合动画、投影瓶贴等形式，为纪录片创意化的视听创作提供了更为广阔的可行性。纪录片《水脉》运用三维技术构建起遇真宫的原貌，使画面更为立体、更为具象，更容易解读和被观众接受。纪录片《钱江潮》后期团队选择用“活化”古画的方式呈现唐宋时期钱塘江流域的观潮风俗。动画师将图画景物和其中近半人物进行了修补分层，并通过三维骨骼绑定制作出了动态画面。画面总合成层数达到了200多层，破解了创作难题，再现当时的热闹景象。在表现年轻的诗人徐志摩与一众好友乘坐“看潮专列”的情景时，采用了绿幕人物实拍加三维场景制作完成，“情景再现+腾挪人物时空”生动饱满地展示画中场景，给了观众“穿越”般的即视感。

### 三、融媒传播重塑生产模式

融媒时代的到来,使内容生态发生重大改变。融媒不仅是新的载体,更是新的逻辑。从媒体纬度到场景纬度的跨界,围绕传播分发来组织内容。而优质的内容和制作是占领高峰的根本途径,内容为王依然是媒体的核心竞争力。

#### (一) 传播力先行,整合传播资源推动作品破圈

新媒体新的媒体环境和舆论生态要求纪录片打破传统传播模式、创新融合传播手段来扩大传播影响、赢得更多受众。在选题立意上做好“聚焦”文章,在表达方式上做好“创新”文章;在创作机制上,做好“贯通”文章,在传播运营上做好“融合”文章,展开全媒体、全方位、全形态的传播,最大限度扩大作品影响力。

#### (二) 多元呈现,形成“大小屏+互动+纪录片”的视听体验

短视频、微纪录片已经成为纪录片创作新的一极,平台纪录片的呈现已经从传统的PGC模式转向了PGC+UGC的协同共创模式。许多微纪录片通过“微”化叙事方式,满足了新媒体时代观众的新需求。纪录片《如果国宝会说话》《“字”从遇见你》《鲜生史》等优质纪录片每集时长虽然只有10分钟左右,但是内容十分丰富。这些纪录片以一个个微小故事,通过细腻笔触展现宏大题材,运用具有贴近性的网络语言和娱乐化的表现形式,拉近观众与文化的距离。“高冷”的文化在短小精致的微纪录片里见微知著,获得了众多年轻观众的青睐。短小的篇幅更是契合了当下快节奏的生活,人们可以在碎片化时间观看,更有利于快捷传播。电视、主流视频网站、短视频平台,以及社交媒体等多个平台播出,则形成了互动传播模式,达到“爆款”的传播效果。

#### (三) 寻找确定性,创造可能性

纪录片的“为知+真实”对观众的心理震撼是最为强烈的。纪录片取材于真实生活或是真实历史,实事求是地讲述故事才能抵达现实。从升腾的烟火气中捕捉艺术的真实,贴近

年轻人的表达,生动映射现实,以小见大照见时代气象,这是每一个创作者都不能忽视的纪录片本身的文化价值。

随着网络时代包容性的凸显,受众的信息选择行为具有很强的主动性。如果一种媒体满足,他们就会转移到能满足其需求的其他媒体中去。这种跨媒体流动与迁徙是受众不断为满足自身需求进行的信息选择过程。<sup>④</sup>由此,纪录片在选题、创作、传播营销等各个环节都需要进行创新融合,形成适合时代的生产路径,需要抛弃“孤品式”的生产模式,从“合力”传播的角度构建传播体系,实现全媒体平台的综合化内容生产模式,并通过受众行为数据的挖掘,制定整体性的内容布局与分层传播策略。

### 四、结语

每一个文化产品都是时代的产物,也是时代精神的体现。时代精神赋予文化产品不同的文化品格,文化品格也通过艺术辐射和审美愉悦彰显时代精神。全媒体时代的到来,文化纪录片在制作、运营、传播等环节创新的同时,在创作过程中更要坚守纪录片的核心价值取向,关注人性最本质的需求,让受众在看完后内心有触动、情感有共鸣,让纪录片更好地“活”起来、“靓”起来、“动”起来,真正做到与时俱进、走近观众,展现出新时代纪录片的独特魅力。

#### 参考文献:

①【美】海登·怀特、【波】埃娃·多曼斯卡、彭刚《过去是一个神奇之地——海登·怀特访谈录》,《学术研究》,2007年第8期,第78—88页。

②孙振虎、市亚茜《新媒体语境下解说词的创作美点》,《新用与写作》,2021年第1期,第108—110页。

③艾菲《时代精神与文化品格》,《求是》,2016年第11期,第48—50页。

④毛毅《论融合文化视角下新闻生产模式》,《传媒》,2014年第19期,第79—80页。

(作者单位:浙江广播电视集团)